

в подразделении, игнорируя уставные и неуставные правила и традиции. Так что...

«Дедовщина» – это рай,  
Только зубы собирай [9].

- 
1. ФА УрГУ. Ед. хр. 4. Оп. 2. № 512; Ед. хр. 11. Оп. 2. № 2.
  2. Там же. Ед. хр. 4. Оп. 1. № 423; Ед. хр. 16. Оп. 2. № 200; Ед. хр. 21. Оп. 7. № 49.
  3. Там же. Ед. хр. 16. Оп. 1. № 443; Оп. 5. № 2; Ед. хр. 18. Оп. 2. № 19.
  4. Там же. Ед. хр. 1. Оп. 4. № 290; Ед. хр. 8. Оп. 3. № 53; Оп. 4. № 27; Оп. 5. № 28; Ед. хр. 10. Оп. 1. № 304; Ед. хр. 11. Оп. 1. № 60; Ед. хр. 12. Оп. 3. № 41; Ед. хр. 16. Оп. 1. № 308; Оп. 2. № 229; Ед. хр. 18. Оп. 2. № 60; Оп. 9. № 37.
  5. Там же. Ед. хр. 3. Оп. 5. № 397; Ед. хр. 8. Оп. 3. № 52; Оп. 4. № 12; Ед. хр. 11. Оп. 2. № 59.
  6. Там же. Ед. хр. 1. Оп. 1. № 19; Ед. хр. 3. Оп. 3. № 282; Ед. хр. 4. Оп. 1. № 421; Ед. хр. 10. Оп. 1. № 321; Ед. хр. 16. Оп. 1. № 89. Ед. хр. 16. Оп. 2. № 2007. Ед. хр. 18. Оп. 3. № 55. Ед. хр. 19. Оп. 4. № 55.
  7. Там же. Ед. хр. 11. Оп. 1. № 56. Ед. хр. 16. Оп. 2. № 77.
  8. Там же. Ед. хр. 10. Оп. 1. № 236. Ед. хр. 12. Оп. 3. № 65; Ед. хр. 16. Оп. 1. № 275.
  9. Там же. Ед. хр. 11. Оп. 1. № 15; Ед. хр. 16. Оп. 1. № 169; Оп. 2. № 58.

**С. В. Мошкин\***  
*г. Екатеринбург*

## **Окопные листовки как жанр военной пропаганды**

Почти все крупномасштабные войны XX века сопровождались пропагандистскими усилиями воюющих сторон с целью деморализовать и разложить изнутри вражескую армию, склонить солдат неприятеля бросить оружие и сдаться в плен.

В годы Второй мировой войны на этом поприще особо преуспела нацистская Германия, «ибо пропаганда, – считал А. Гитлер, – является тем же орудием борьбы, а в руках знатока этого дела – самым страшным из орудий» [1, с. 149]. К моменту вторжения на советскую территорию в немецких войсках, предназначенных к войне на Восточном фронте, было сформировано девятнадцать рот пропаганды и шесть взводов военных корреспондентов СС. В их состав входили военные журналисты, пере-

---

\* Мошкин Сергей Вячеславович – доктор политических наук, главный научный сотрудник Института философии и права УрО РАН (г. Екатеринбург).

© Мошкин С. В., 2009

водчики, персонал по обслуживанию пропагандистских радиоавтомобилей, сотрудники полевых типографий, специалисты по изданию и распространению антисоветской литературы, плакатов, листовок [2, с. 294].

«Искусство» нацистской пропаганды строилось на принципах, изложенных Гитлером:

- «пропаганда должна обращаться только к массе»;
- «пропаганда должна воздействовать больше на чувство и лишь в очень небольшой степени на так называемый разум»;
- «излагать идеи кратко, ясно, понятно, в форме легко запоминаемых лозунгов»;
- «чтобы лжи поверили, необходимо ее пропагандировать самым односторонним, грубым, настойчивым образом» [1, с. 150–155].

Отличительной чертой нацистской пропаганды было ее особое стремление к примитивизации в расчете на малообразованные и политически неопытные массы. «Всякая пропаганда, – писал Гитлер, – должна быть доступной для массы; ее уровень должен исходить из меры понимания, свойственной самым отсталым индивидуумам из числа тех, на кого она хочет воздействовать... А раз дело идет о пропаганде во время войны, ...то ясно, что пропаганда должна быть максимально проста» [Там же, с. 150].

Самым простым и эффективным средством морально-психологического разложения советских войск в условиях войны стали немецкие пропагандистские листовки.

В «Предложениях по составлению листовок для войск противника» министр пропаганды И. Геббельс напоминал свои подчиненным, что для пропагандиста в его работе все средства хороши, если они способствуют достижению цели: «Пропаганда разложения – грязное дело, не имеющее ничего общего с верой или мировоззрением. В этом деле решающим является только сам результат. Если нам удастся завоевать доверие противника... и если нам удастся проникнуть в души солдат противника, заронить в них разлагающие их лозунги, – совершенно безразлично, будут ли это марксистские, еврейские или интеллигентские лозунги, лишь бы они были действенны!» [3, с. 356].

Листовки изготавливали в огромном количестве и ассортименте. Все они, как правило, были отпечатаны на простой газетной бумаге, в черно-белом исполнении, с текстом на одной стороне и рисунком (или фотографией) на другой. Изредка встречались листовки с дополнительным оттиском красного цвета, подчеркивающим важность того или иного элемента листовки, будь то рисунок или политический лозунг. О масштабах

тиражей можно судить по одной только записи Геббельса, сделанной им в своем дневнике в июне 1941 года: «Около 50 млн. листовок для Красной Армии уже отпечатано, разослано и будет разбросано нашей авиацией...» [4, с. 290].

Первоначально листовки изготавливались централизованно в Германии, однако, по мере продвижения германских войск в глубь советской территории, их производство было налажено непосредственно в войсках, а также в трофейных советских типографиях. Судя по лексике, конструкциям фраз, используемым художественным приемам, тексты листовок писались людьми, для которых русский язык был родным.

В отличие от пропагандистских плакатов, адресованных населению оккупированных территорий, «окопные» листовки, предназначенные для распространения в зоне боевых действий советских войск, отличались небольшим форматом – размером с почтовую открытку. Такие листовки было удобнее разбрасывать с самолетов над позициями противника, а диверсантам – переносить на себе за линию фронта для распространения в тылу Красной Армии. Наконец, такую листовку любому красноармейцу было проще поднять с земли и незаметно от глаз политкомиссаров положить в карман.

Характерная особенность «окопных» листовок: практически все они одновременно служили пропуском для добровольного перехода бойцов и командиров РККА на сторону германских войск. Текст пропуска на русском и немецком языках особо очерчивали в листовке. В начальный период войны он выглядел обычно так:

ПРОПУСК. Предъявитель сего, не желая бессмысленного кровопролития за интересы жидов и комиссаров, оставляет побежденную Красную Армию и переходит на сторону Германских Вооруженных Сил. Немецкие офицеры и солдаты окажут перешедшему хороший прием, накормят его и устроят на работу. Пропуск действителен для неограниченного количества переходящих на сторону германских войск командиров и бойцов РККА\*.

Рядом печатался аналогичный текст на немецком языке, вероятно, для того, чтобы сдававшийся в плен красноармеец был уверен, что его намерения будут правильно поняты немецкими солдатами.

Весной 1943 года, когда в составе германской армии появились коллаборационистские военные формирования из числа граждан СССР, органы пропаганды Третьего Рейха начали адресовать бойцам многонациональной Красной Армии листовки-пропуска следующего содержания:

---

\* Здесь и далее приводятся тексты немецких пропагандистских листовок из коллекции автора статьи.

Пропуск действителен для неограниченного числа командиров, бойцов и политработников РККА, переходящих на сторону Германских Вооруженных Сил, их союзников, Русской Освободительной Армии и украинских, кавказских, казачьих, туркестанских и татарских освободительных отрядов.

Основные тезисы «листовочной» пропаганды были разработаны фашистами еще до начала военных действий против Советского Союза: «...никого антисоциализма, никакого возвращения царизма; не говорить о расчленении русского государства (иначе озлобим настроенную великорусски армию); против Сталина и его еврейских приспешников; земля – крестьянам... Резко обвинять большевизм, разоблачать его неудачи во всех областях. В остальном ориентироваться на ход событий...» [5, с. 13].

Следуя этим установкам, Советская власть, большевистская партия и ее руководство подвергались со стороны немецких пропагандистов уничижающей критике. Начавшаяся война подавалась ими как освободительная миссия германской *народной* армии, борющейся против варварства большевиков. Успехи вермахта в их трактовке были неизбежны не только потому, что большевистское руководство показало свою полную несостоятельность, но и потому, что Красная Армия не хочет и не может воевать за интересы ВКП(б):

Командиры и бойцы Красной Армии! Ваше положение безнадежно. Все теснее сжимается кольцо германских войск вокруг вас. Вам не хватает боеприпасов, снабжения и продовольствия, ваши правители и вожди ни к чему не способны, бегут и оставляют вас на произвол судьбы. Многие из вас комвласть до сих пор угнетала и лишала всех прав, теперь же она пользуется вами для защиты своего режима. Ваша борьба бесполезна! Разве это допустимо, чтобы ваше начальство из упрямства все еще беспощадно гнало вас на неизбежную смерть? Нет – вам ваша жизнь дорога! Сохраните же ее для лучшего будущего и для ваших семей. Переходите к немцам – там вас ждет хорошее обращение и пропитание, а также скорое возвращение на родину.

### **«Враги Сталина – наши друзья!»**

Особые усилия немецкой пропаганды были сосредоточены на фигуре И. Сталина. В одной из листовок привычная аббревиатура «СССР» расшифровывалась как «Смерть Сталина Спасет Россию». Тут же карикатура: пролетарский молот ударяет Сталина по голове, а крестьянский серп приставлен к его шее.

В другой листовке карикатурный Сталин с хищническим оскалом строгаёт гробы, на гробах – номера погибших дивизий и армий. Подпись под рисунком: «Батюшка Сталин заботиться о своих дивизиях...».

В июле 1941 года под Витебском командир батареи 14-го гаубичного артиллерийского полка 14-ой бронетанковой дивизии Яков Джугашвили попал в плен. Для немецких пропагандистов это стало настоящей удачей. Еще бы! Сын самого Сталина, живой и невредимый, оказался в немецком плену. На этом была развернута целая пропагандистская кампания. В срочном порядке изготовили листовку «*А вы знаете, кто это?*», где были помещены фотографии Якова в окружении немецких офицеров. На обратной стороне следовал текст:

Это Яков Джугашвили, старший сын Сталина... Он сдался в плен, потому что всякое сопротивление Германской Армии отныне бесполезно! Следуйте примеру сына Сталина – он жив, здоров и чувствует себя прекрасно. Зачем вам приносить бесполезные жертвы, идти на верную смерть, когда даже сын вашего верховного заправили уже сдался в плен. Переходите и вы!

Такие листовки тысячами были разбросаны с немецких самолетов. Одну из них в специальном, опечатанном сургучом, конверте доставили с фронта по поручению Жданова лично Сталину. А через несколько дней появилась новая листовка. В нее был включен текст письма, написанного как будто рукой Якова: «Дорогой отец, я вполне здоров, буду отправлен в один из офицерских лагерей в Германии. Обращение хорошее. Желаю здоровья, привет всем. Яша» [6, с. 507].

Сталин, похоже, поверил тогда в измену сына, и можно только догадываться, какой эффект произвела эта листовка на отступающие советские войска.

Однако это было еще не все. Немцы, используя факт пленения Якова, пустились на откровенную фальсификацию. Была изготовлена листовка «*Вслед за сыном Сталина сдался в плен и сын Ворошилова*». Там же размещалась карикатура, на которой И. Сталин и К. Ворошилов трусливо выглядывают из-за кремлевской стены. У стены – немецкий солдат с табличкой в руках: «Здесь сдаются в плен». Плененный Яков Джугашвили с распростертыми объятиями приветствует Сергея Ворошилова. За спиной Сергея – целая колонна детей кремлевских сановников, идущих к немцам. Ниже карикатуры была напечатана небольшая пропагандистская «поэма»:

*Сталин-сын:*  
Вот и ты в плену, Сережа.  
Здравствуй, друг души моей.

*Ворошилов-сын:*  
А за мной идет в плен тоже  
Хвост из красных сыновей.  
Вот, гляди, разоруженный  
В плен идет и сын Буденный.  
А за ним, отбив свой срок,  
Тимошенковский сынок,  
А за ними и другие  
Для спасения России  
Бодро к немцам в плен идут,  
На папаш своих плюют... [7, с. 8].

Уничжая Сталина, немцы прибегали и к более изощренным способам пропаганды. Они изготавливали, например, провокационные листовки, написанные якобы командирами и комиссарами РККА для тех своих бойцов, которые, искренне сражаясь за социализм, не могли не видеть порочные черты сталинского режима. В них говорилось: «Сам Ленин не желал, чтобы Сталин стал его преемником. Ленин не доверял Сталину и чувствовал, что при нем Советский Союз погибнет... В наших руках оружие, и мы сбросим проклятое сталинское иго!» [8, с. 281].

Для большей достоверности некоторые из таких листовок были построены на подлинных цитатах из знаменитого «Письма к съезду» Ленина и снабжались лозунгами «*За дело Ленина! Долой Сталина! За ленинский социализм!*». Там можно было встретить и переделанные слова известной советской песни военных лет:

Вставай, страна огромная,  
Вставай на смертный бой  
С трусливой кликой Сталина,  
С презренною ордой.  
Пусть ярость благородная  
Вскипает, как волна.  
Открой глаза, свободная  
Советская страна [9, с. 14].

Даже союзнические отношения СССР с Великобританией и США нацистская пропаганда вменяла в вину Сталину, пытаясь доказать, что эта война для советских солдат является войной за чужие интересы. Трудящиеся России, убеждали немцы, – не враги Германии. Враги Германии – Сталин и его приспешники, вступившие в сговор с англо-амери-

канскими капиталистами. Поэтому защищать сталинский режим на деле означает оказывать поддержку мировой буржуазии.

Красноармейцев целенаправленно подводили к мысли, что дружба с англо-американскими капиталистами окончательно обнаружила антинародную сущность политики Сталина, для которого его личные интересы и интересы его капиталистических союзников неизмеримо важнее интересов и нужд народов России. А потому:

Война будет окончена только после уничтожения большевизма. Никакие компромиссы невозможны. Не гибни напрасно, не поддерживай зря обреченный на гибель режим Сталина! Помоги его свергнуть! Откажись его защищать. Смерть Сталина спасет Россию! Враги Сталина – наши друзья!

Пропагандисты рейха внушали обороняющейся Красной Армии, что победа Германии, которая уже предрешена, – это только вопрос времени, и, соответственно, смерть Сталина сделает Россию свободной и благополучной страной.

**«Жиды – вечные враги вашего народа!»**

Не меньше усилий нацистские пропагандисты приложили к разжиганию в красноармейской среде самого примитивного, буквально-таки животного антисемитизма. Фашисты, чья ненависть к евреям носила патологический характер, видели в них особый класс, который фактически господствует в СССР. Нацистская пропаганда утверждала, что большевистская партия и ее карательные органы – ГПУ–НКВД – на самом деле являются марионетками в руках всемирного еврейского заговора, цель которого – порабощение народов мира. Евреев обвиняли в том, что начавшаяся война была развязана по их инициативе; что они являются нацией-паразитом, живущей за счет других; что евреи, захватив власть в России, создали советскую тюрьму народов. Вывод из всего этого делался следующий: большевизм и еврейство есть одно целое. И то, и другое является врагом народов России и подлежит уничтожению.

Вот некоторые цитаты из нацистских листовок, которыми засыпали окопы советских солдат:

Жиды самые подлые, самые опасные грызуны, подтачивающие основы нашего мира. Ты борешься за них, в бесчисленном количестве жертвуешь добром, здоровьем, жизнью, для того чтобы они и дальше могли объедаться в тылу и набивать себе карманы.

Только когда последний жид будет изгнан из твоего отечества, настанет мир. Бей жидовское отродье! Уничтожай этот бич человечества, и ты этим закончишь войну!

Ассортимент антисемитских листовок был, пожалуй, самым обильным в арсенале пропагандистов рейха. Здесь использовались различные приемы и средства идеологического разложения советских солдат – от примитивных лозунгов типа *«Бей жида-политрука, рожка просит кир-пича!»* до пламенных воззваний начать новую, на этот раз – антибольшевистскую-антиеврейскую революцию:

Бойцы, командиры и политработники! Ваш святой долг начать вторую революцию за счастье Родины, Ваших семей. Знайте, что победа за Вами, так как оружие в Ваших руках. Спасайте Отечество от жидовского хама! Долой предателей России – жидовских пособников! Смерть жидовскому большевизму! Вперед, за свободу, за счастье и жизнь!

Не гнушались немецкие пропагандисты и так называемыми «легкими» жанрами: карикатурой, незамысловатыми юмористическими стихами. Они легко запоминались и при случае пересказывались другим. Надо полагать, что со своими пропагандистскими задачами сатирические жанры, в силу их нарочитой примитивности и образности, справлялись не хуже рационально выверенных пропагандистских материалов. Их сила заключалась в особом эмоциональном воздействии на читателя.

К примеру, в одной из листовок был помещен карикатурный рисунок еврея-кузнеца. Тут же подпись: «Разве такое бывает? Нет! Жид никогда сам не работает!» Далее следовало саркастическое обращение к красноармейцу: «Работай и сражайся и дальше за жида, чтобы он в тылу мог спокойно продолжать загонять товары и набивать себе карманы».

Немецкими военными пропагандистами был даже придуман некий поэтический герой – русский бывалый солдат Фома Смыслов, который дает житейские советы и наставления молодым красноармейцам. В своем заветном слове дед Фома – этакий народный сказитель – вспоминает, какой могучей и богатой была Русь, пока «в Кремле не завелся жид». Он-де, жид, и развязал эту войну, поссорив русских с немцами, сам спрятался в тылу и гонит оттуда ребят на бойню. Заканчивается «Завещание» Фомы словами:

Нам с немцем спорить не о чем, мы много славных лет  
Живали с ним соседями, видали вместе бед.  
Мы били дружно с немцами не раз наших врагов,  
Но не было в правительстве тогда у нас жидов!  
Послушайте, ребята, что завещал мне дед:  
«Земля наша богата, жиду ж в ней места нет!»



## «Новая жизнь без каторжных колхозов!»

Деятельность сталинского руководства в 1920–1930-х годах давала нацистам богатую пищу для критики советских порядков. Раскулачивание, массовые репрессии и голод, насильственная коллективизация, гонения на церковь, стахановщина и соцсоревнование – все эти темы так или иначе обыгрывались немецкой пропагандой, адресованной бойцам и командирам Красной Армии. «Запомните! – писалось в одной из пропагандистских листовок. – Германия ведет борьбу не против русского народа, а против вашего жидо-коммунистического правительства, которое принесло вам много горя и несчастья». На листовке рисунок: пролетарий с крестьянином, закованные в кандалы, сторбившись под тяжестью ярма, идут под конвоем чекиста-еврея. Подпись: *«Такой была советская свобода»*.

Зная, что основную массу красноармейцев составляли выходцы из крестьян – самого обездоленного и обиженного Советской властью сословия, немецкие пропагандисты сделали одним из главных пунктов своей программы обещание ликвидировать колхозы и вернуть крестьянам единоличные хозяйства. Пропагандисты Третьего рейха твердили о том, что германский солдат несет в Россию *землю и волю*.

Надо признать, пропагандистский натиск приносил свои результаты: нередко в советских деревнях немцев встречали хлебом-солью как освободителей от колхозов, налогов и репрессий. Однако суть «нового аграрного порядка» крестьяне оккупированных территорий поняли довольно быстро: колхозы так и не были ликвидированы, немецкие власти их просто переименовали в общинные хозяйства. Крестьяне не получили индивидуальных земельных наделов и обязаны были обрабатывать общинные земли под строгим надзором управляющего, назначаемого оккупационными властями. Уклонистов от общих работ ожидало суровое наказание военного суда. Весь урожай поступал в распоряжение немецких властей, а крестьяне за свою работу получали плату. Размеры и формы оплаты устанавливались по усмотрению местных начальников.

В общем, ничего нового по сравнению с большевистской властью немецкий «новый порядок» крестьянам не дал: те же принудительные общественные работы, изъятие излишков, репрессии, голод и нищета. Вековая мечта земледельца о владении личным куском земли так и не осуществилась.

Между тем, немецкие фронтовые листовки откровенно лгали, потирая красной краской глаза: «*Торопитесь! Немцы в занятых ими областях уже приступают к разрешению земельного воп-*

*роса. Красноармейцы, не опоздайте, иначе вы останетесь без земли!»* Тут же рисунок в стиле «пропаганды разложения». На одной половине рисунка – идиллическая картина сытой крестьянской жизни, полной благополучия и семейного счастья: улыбающийся крестьянин в обнимку с красавицей-женой сидят в полисаднике у собственного дома, рядом в траве маленький ребенок играет с козленком. На другой половине – израненный боец, обливаясь кровью, корчится в предсмертных судорогах. Подпись: *«Красноармеец, выбирай! Смерть или жизнь».*

### **«Вы будете у нас встречены, как товарищи»**

На третьем году войны тональность нацистских пропагандистских листовок существенно изменилась. В них постепенно исчезли, особенно после Сталинградской битвы, тезисы о непобедимости германской армии, о бесперспективности и бессмысленности сопротивления ее боевой мощи. Теперь все чаще, агитируя красноармейцев сложить оружие, военные пропагандисты рейха играли на самых уязвимых человеческих чувствах, апеллируя к инстинкту самосохранения солдат. Тяготы армейского быта, холод, недоедание, жестокость командиров, страх быть убитым, усталость и недосыпание – все это становилось темами пропагандистских мероприятий по разложению советских войск.

Зачем страдать? Все ужасы фронта можно прекратить в один момент: «Достаточно поднять обе руки и крикнуть: “Сталин капут!” или “Штыки в землю!”» И тебе гарантировано «хорошее обращение, питание и возможность устроиться на работу по специальности».

Эксплуатируя чувство тоски по родному дому, пропагандисты германской армии обращались к красноармейцам:

Почему Вам, бойцам и командирам, пробывшим на фронте уже три года, не предоставляют короткого отпуска домой к семье? Да только потому, чтобы Вы не знали и не видели, что творится в тылу и Вашем доме. Три года Ваши жены и дети не знают сытого дня, а города и села переполнены жидами-спекулянтами, которые живут за счет труда Ваших семей.

Не забывали специалисты по «пропаганде разложения» и эротические темы, дабы вызвать у красноармейцев чувство ревности и боли за оставшихся в тылу жен и дочерей. В той же листовке читаем: «Эти жиды-спекулянты принуждают русских и украинских женщин и девушек, жен командиров и красноармейцев за кусок хлеба продавать им свое тело».

Для деморализации красноармейцев сотрудники Геббельса публиковали в листовках информацию о командирах РККА, безнаказанно занимавшихся в тылу пьянством и развратом, в то время как на передовой

любой солдат за малейший проступок мог быть приговорен к смертной казни. Для большей убедительности в листовках указывались имена казненных военнослужащих, названия и номера воинских частей. Советские солдаты рисовались здесь невинными и молчаливыми жертвами бесчеловечных поступков своих офицеров.

Так, в одной из листовок с характерным названием «Быль» рассказывалось, как молоденький красноармеец нечаянно поранил два пальца при прыжке в окоп. Его товарищи видели, что это был несчастный случай. Однако бедолагу приговорили к смертной казни как самострела. Сразу же вырыли яму, и на глазах у всего полка автоматчик пустил ему пулю в затылок. Текст листовки заканчивался словами: «Бойцы! Ни в чем не повинного вашего товарища расстреляли, как собаку. Вот вам благодарность, оказанная солдату на передовой позиции. А вот наш совет: спасайте вашу жизнь, переходите к нам».

Призывая красноармейцев сдаваться в плен, немецкие пропагандисты обещали солдатам то, в чем они больше всего нуждались: тепло, горячую пищу и главное – жизнь. Однако немцы не были бы немцами, если бы даже в пропагандистских листовках не публиковали инструкции для «будущих советских пленных» о поведении в немецком плену. Вот лишь некоторые пункты такой инструкции:

...Ты должен соблюдать идеальную чистоту в отношении твоих и доверенных тебе немцами вещей. Твое тело должно быть всегда чистым.

...Твое поведение должно быть дисциплинированным по-военному.

...В работе соблюдать чистоту и исполнительность. Мы требуем точность.

...За хорошее поведение и работу ты получишь особую награду.

«Разлагающие» листовки обильно снабжались фотографиями со сценами якобы беспечной жизни бывших красноармейцев у немцев. К примеру, в листовке, озаглавленной «Так живет твой товарищ в немецком плену», на фотографии был запечатлен мужчина в военной форме без погон, мирно читающий книгу лежа на кровати. Расслабленная поза человека, интерьер комнаты, заправленная бельем постель – все говорит об обстановке покоя, тепла и уюта. Под фотографией подпись, ради которой, собственно, и изготавливалась листовка: «После конца работы – ты сам хозяин своего времени. Хочешь, читай книгу, хочешь, спи, хочешь, гуляй! Ни на собрание, ни на субботник тебя не потащат».

Не стеснялись помощники Геббельса публиковать даже такие постановочные снимки: бывшие красноармейцы, переодетые в новые сукон-

ные бушлаты, играют на музыкальных инструментах и поют. У одного в руках гитара, у другого – мандолина, у третьего – баян. Остальные, приобнявшись, весело подпевают музыкантам.

Подобными листовками пропагандисты рейха всеми силами старались внушить красноармейцам, что пребывание в немецком плену не связано ни с какими рисками. Напротив, добровольно сдавшихся ожидают сытая жизнь, мирная работа и отдых, а особо отличившихся в труде – награда от германского командования.

\* \* \*

А что же советская контрпропаганда? Надо признать, что в первые месяцы войны командование Красной Армии оказалось не готовым к активной работе против пропаганды нацистов. Более того, некоторые советские политработники вообще не считали нужным этого делать, полагая, что «в провокационном и авантюристическом характере, в лживости вражеской пропаганды – ее главная слабость... Поэтому-то в нашей пропаганде нет необходимости даже опровергать содержание вражеских листовок, ибо их опровергают сами фашисты своими делами: убийствами, грабежами, насилием» [10, с. 85].

Явная недооценка опасности немецкой «пропаганды разложения» позволила сотрудникам Геббельса на начальном этапе войны захватить инициативу. Первые ошеломляющие успехи вермахта подорвали у многих бойцов и командиров Красной Армии веру в возможность победы над Германией.

Однако уже с зимы 1942 года, после разгрома фашистов под Москвой, советская контрпропаганда приняла активный наступательный характер. Командование РККА выпустило ряд директив, предписывающих командирам и политработникам всех уровней всеми способами разоблачать немецкую пропаганду. По мере того, как среди красноармейцев стала распространяться информация об истинном положении советских военнопленных в немецком плену, действенность нацистской «пропаганды разложения» значительно поубавилась, а после 1943 года, с завершением коренного перелома в войне и массовым отступлением частей германской армии по всему фронту, и вовсе стала ничтожной.

---

1. Гитлер А. Моя борьба / пер. с нем. 1992.

2. См.: Ковалев Б. Н. Нацистская оккупация и коллаборационизм в России, 1941–1944. М., 2004.

3. Цит. по: Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Минск, 1999.

4. Откровения и признания: Нацистская верхушка о войне «третьего рейха» против СССР: Секретные речи. Дневники. Воспоминания. М., 1996.
5. Цит. по: *Ржевская Е. М.* Геббельс: Портрет на фоне дневника. М., 1994.
6. Цит. по: *Радзинский Э. С.* Сталин. М., 1997.
7. Цит. по: *Ковалев Б. Н.* Указ. соч., вклейка иллюстраций.
8. Цит. по: *Ковалев Б. Н.* Указ. соч.
9. Цит. по: *Ковалев Б. Н.* Указ. соч., вклейка иллюстраций.
10. Цит. по: *Юденков А. Ф.* Политическая работа партии среди населения оккупированной советской территории (1941–1944 гг.). М., 1971.

**А. В. Снигирев**  
г. Екатеринбург

## **Дмитрий Goblin Пучков: проблема жанровой самоидентификации**

Дмитрий Goblin Пучков на данный момент является одним из самых раскрученных творческих брендов. Не только DVD с узнаваемым логотипом и надписью «В переводе Гоблина», но и книги, компьютерные игры и сайт [www.opcg.ru](http://www.opcg.ru) давно стали неотъемлемой частью отечественной масс-культуры. При этом большинство того, что создается или самим Дмитрием Гоблином Пучковым, или выходит из его творческой студии «Божья искра», является вторичными жанрами – переводы фильмов, написание текстов к компьютерным играм, тексты «по мотивам» («Братва и кольцо») или же «разговорам на заданную тему» («Мужские разговоры за жизнь», «За державу обидно»).

Как непосредственно в переводах («Привези только что-то очень смешное, но только в переводе Гоблина» «Две сорванные башни»), так и в книгах (издательство «Астрель» подзаголовком дает: «Книги в смешном переводе Гоблина»), а также на своем сайте (на [www.opcg.ru](http://www.opcg.ru) выделена особая ветвь дискуссии «Вопросы Gobliny про переводы фильмов») Д. Goblin Пучков постоянно обращается к номинации того, чем он занимается.

В авторскую понятийную парадигму, связанную с жанром «перевода», входит достаточно много терминов, каждый из которых имеет свое особое значение. Перечислим основные из них: «правильный перевод»